

УДК 338.436

## **ОСОБЕННОСТИ ФОРМИРОВАНИЯ И ОСНОВНЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ МЕХАНИЗМА ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СЕЛЬСКОХОЗЯЙСТВЕННЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ НА ОСНОВЕ ИНТЕГРАЦИИ**

**Н. В. ПАРХОМЕНКО**

*Учреждение образования «Гомельский государственный  
технический университет имени П. О. Сухого»,  
Республика Беларусь*

### **Введение**

Эффективное функционирование и устойчивое развитие агропромышленного комплекса во многом определяется конкурентными возможностями сельскохозяйственных организаций, значительная часть продукции которых является промежуточной в процессе производства продовольственных товаров. Проведенные исследования показали, что приоритетным направлением повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных товаропроизводителей является создание кооперативно-интеграционных формирований, осуществляемое в условиях экономики Беларуси поэтапно. В течение 2003–2008 гг. интеграция в АПК основывалась преимущественно на объединении разных по уровням хозяйствования субъектов. В настоящее время особое внимание уделяется созданию вертикально-интегрированных структур, объединяющих организации по технологической цепочке производства и реализации продовольствия. Достижение и укрепление конкурентных преимуществ создаваемых формирований предполагает необходимость проведения исследований в области разработки действенного механизма управления конкурентоспособностью интегрированных структур в АПК.

Термин «механизм» в прямом смысле используется в технических науках и означает комбинацию органов или функций для достижения определенного результата

[8, с. 384]. С точки зрения экономики, эта категория применяется в переносном смысле и трактуется двояко: как «система, устройство, определяющее порядок какого-нибудь вида деятельности» и «последовательность состояний, процессов, определяющих собою какое-нибудь действие, явление» [1, с. 505], [3, с. 354]. При этом в научных исследованиях можно встретить различную интерпретацию авторов в отношении сущности и содержания категорий «хозяйственный механизм», «экономический механизм», «организационно-экономический механизм», анализ которых позволяет выделить в качестве основы совокупность организационных и экономических элементов, находящихся в тесной взаимосвязи, взаимодействие которых направлено на достижение конкретной цели.

### **Основная часть**

Разработанный нами механизм повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций представляет собой совокупность принципов, методов и индикаторов, находящихся в тесной взаимосвязи и направленных на формирование устойчивого конкурентного положения организаций на аграрном

рынке посредством их кооперации и интеграции. В основе предложенного механизма лежит специфический способ трансформации факторов конкурентоспособности субъектов интегрирования в конкурентные преимущества кооперативно-интеграционных формирований (рис. 1).

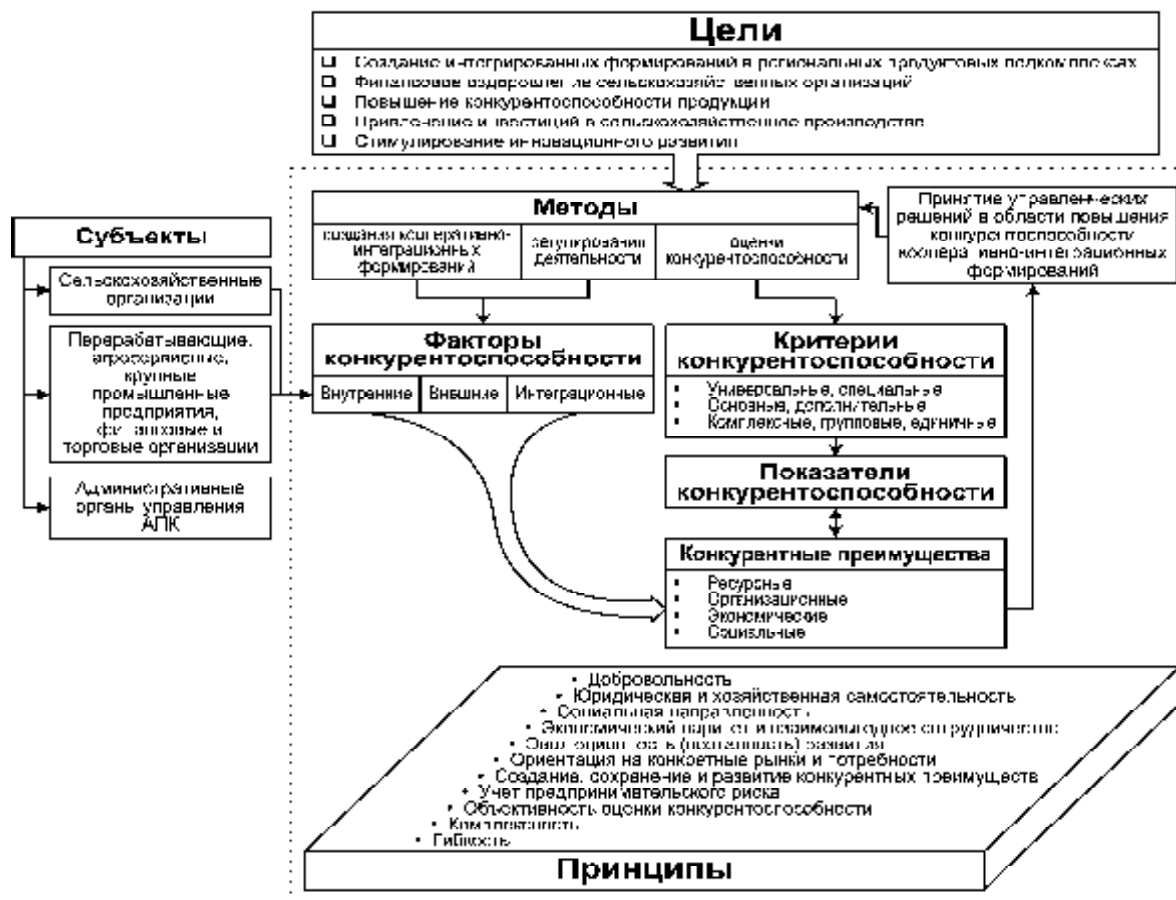


Рис. 1. Схема механизма повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций

Поскольку конкурентоспособность как категория имеет экономическую основу, а процесс ее повышения связан с целенаправленным управляемым воздействием на факторы конкурентоспособности с помощью организационных и экономических регуляторов, разработанный нами механизм предлагается рассматривать как разновидность организационно-экономического механизма. При его создании использован системный подход, в соответствии с которым механизм рассматривается как целостный объект, функционирующий на основе многообразия типов внутренних связей.

Главным системообразующим фактором является цель механизма, которая состоит в повышении конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций и на этой основе – создании условий для устойчивого развития АПК региона. Указанную цель предлагается дифференцировать на ряд частных целей (финансовое оздоровление сельскохозяйственных организаций, привлечение инвестиций в сельскохозяйственное производство, повышение конкурентоспособности продукции и стимулирование инновационного развития организаций), достижение которых позволяет решать локальные проблемы функционирования аграрного сектора экономики.

К субъектам предлагаемого механизма нами отнесены предприятия, организации и институты, непосредственно участвующие в создании кооперативно-интеграционных формирований, а также осуществляющие оценку, мониторинг и управление их конкурентоспособностью.

Исследование показало, что сельскохозяйственные организации и предприятия-интеграторы, являясь субъектами механизма на стадии создания интегрированных формирований, становятся объектами реализации его основных принципов и методов. Кроме того, субъекты интеграционных отношений являются носителями внутренних факторов конкурентоспособности интегрированных формирований, а их взаимодействие и усиление взаимного влияния в процессе совместного функционирования обуславливает возникновение интеграционных факторов конкурентоспособности [7].

Роль административных органов управления АПК как субъекта механизма в условиях реформирования аграрного комплекса заключается в стимулировании и эффективном регулировании интеграционных процессов, а в отдельных случаях – их инициировании при условии соблюдения законности и экономической целесообразности создания интегрированных формирований.

Разработанный нами механизм с точки зрения устройства является системой, объединяющей ряд логически взаимосвязанных ключевых элементов: принципов, методов, критериев и показателей конкурентоспособности организаций.

Принципы интеграционного механизма представляют собой основные нормы и правила его функционирования. К их числу отнесены, с одной стороны, ведущие принципы интеграции (п. 1–4), с другой – сформулированные нами принципы управления конкурентоспособностью организаций (п. 5–11). Так, предложенный механизм основывается на совокупности следующих принципов:

1. Добровольность – образование интегрированного формирования на основе свободного волеизъявления руководства и работников субъектов интеграции. Добровольность является результатом осознания экономических и социальных преимуществ интеграции в сравнении с автономным функционированием организаций. В отдельных случаях, при проведении интеграции в рамках программ реформирования АПК, может использоваться принцип убежденной добровольности.

2. Юридическая и хозяйственная самостоятельность предполагает сохранение субъектами интеграционных отношений статуса юридического лица, свободу действий в области управления производством, возможность принятия самостоятельных решений, а также функционирование на условиях самофинансирования и самоокупаемости.

3. Экономический паритет и взаимовыгодное сотрудничество – обеспечение в условиях интеграции равных возможностей, гарантий и обязательств субъектов, а также формирование механизма распределительных отношений на основе принципов справедливости и экономической эффективности. При этом повышение конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций не должно быть препятствием для удержания и дальнейшего укрепления конкурентных позиций предприятий-интеграторов.

4. Эволюционность (поэтапность) развития – постепенный переход от простых форм взаимодействия субъектов интеграции к более сложным на основе объединения интересов и целей в процессе долговременного сотрудничества.

5. Социальная направленность, означающая, что повышение уровня конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций, как следствие интеграции, должно сопровождаться повышением уровня и качества жизни работников организаций на основе улучшения условий труда и быта, роста доходов,

создания условий для повышения квалификации и реализации трудового потенциала, развития социальной инфраструктуры сельских территорий [6].

6. Ориентация на конкретные рынки и потребности – означает необходимость формирования конкурентных стратегий товаропроизводителей в соответствии с конъюнктурными особенностями отдельных рынков или их сегментов.

7. Создание, сохранение и развитие конкурентных преимуществ – предполагает целевое воздействие на факторы конкурентоспособности субъектов интеграции для обеспечения и усиления превосходства над конкурентами.

8. Учет предпринимательского риска – осуществляется на основе комплекса действий, включающих идентификацию, оценку и учет всех факторов неопределенности в функционировании интеграционных формирований в целях повышения эффективности стратегического и оперативного управления.

9. Объективность оценки конкурентоспособности – это использование в целях определения конкурентных преимуществ интеграционных формирований количественных методов, позволяющих исключить субъективизм в оценке и обеспечить обоснованность управленческих решений [5].

10. Комплексность – наличие в составе механизма таких элементов, которые в своей совокупности позволяют оценить уровень конкурентоспособности объекта по комплексу наиболее значимых характеристик, составляющих основные и дополнительные критерии конкурентоспособности интегрированных формирований (конкурентный потенциал, эффективность использования ресурсов, конкурентоспособность продукции, наличие эффекта синергии), а также осуществлять эффективное регулирование его деятельности.

11. Гибкость – означает необходимость выработки и корректировки стратегических и тактических управленческих решений с учетом изменения параметров внутренней и внешней среды функционирования интеграционных формирований.

Таким образом, рассмотренные принципы являются научно обоснованными правилами, следование которым обеспечит эффективное функционирование механизма в направлении достижения поставленной цели. В отличие от существующих подходов к разработке механизмов управления в экономических системах, рассмотренные правила объединяют в оптимальном соотношении как отдельные принципы интеграции, так и принципы управления конкурентоспособностью организаций, а также учитывают в совокупности ресурсные, организационные, экономические и социальные конкурентные преимущества интегрированных формирований.

Одним из структурных элементов предложенного механизма являются методы, составляющие способы воздействия на факторы конкурентоспособности в целях их преобразования в конкурентные преимущества интегрированных формирований, и объединенные нами в следующие группы:

1. Методы создания кооперативно-интеграционных формирований – это конкретные приемы установления интеграционного взаимодействия, к которым относятся контрактация, реорганизация, поглощение, диверсификация, присоединение и др. Выбор метода определяется конкретными организационно-экономическими условиями функционирования субъектов интеграции, т. е. территориальным расположением, степенью финансового благополучия, специализацией, уровнем конкуренции на аграрном рынке, возможностью и целесообразностью формирования единой технологической цепи от производства сельскохозяйственного сырья до реализации конечной продукции потребителю.

2. Методы регулирования деятельности интегрированных формирований направлены на создание условий, способствующих формированию и развитию интеграционных отношений, а также обеспечивающих максимальное использование преимуществ интеграции. В соответствии с принципами предложенного нами механизма первоочередное развитие должны получить методы экономического регулирования, включающие закупочные и товарные интервенции, систему залоговых операций, налоговые льготы, кредитование и субсидирование.

3. Методы оценки конкурентоспособности – это способы качественного и количественного определения конкурентного положения интегрированных формирований на аграрном рынке, использование которых позволяет оценить степень достижения цели функционирования механизма, выявить конкурентные преимущества и конкурентные проблемы для принятия обоснованных управленческих решений в области формирования и реализации конкурентных стратегий организаций.

Кроме того, результаты оценки конкурентоспособности целесообразно использовать в качестве исходных данных для организации мониторинга конкурентоспособности, т. е. системы непрерывного сбора, обработки и анализа информации о фактическом конкурентном положении интегрированных формирований на аграрном рынке и определении характера его изменения во времени. В случае выявления неблагоприятных тенденций в динамике уровня конкурентоспособности или при отсутствии ожидаемого эффекта интеграции необходима корректировка соответствующих методов создания, оценки и регулирования деятельности интегрированных формирований, что обеспечивает реализацию принципа обратной связи в предложенном нами механизме.

Одним из наиболее важных внутренних факторов и одновременно критериев оценки конкурентоспособности интегрированных формирований является конкурентоспособность продукции.

Следует отметить, что специфика кооперативно-интеграционных формирований состоит в том, что часть продукции сельскохозяйственных организаций является конечным продуктом и конкурирует с другими аналогами в рамках соответствующего рынка, а часть – промежуточным продуктом, проходящим далее по другим звеньям технологической цепочки вплоть до реализации готовой продукции предприятиями торговли. Однако эта особенность не противоречит положению, согласно которому конкурентоспособность сельскохозяйственной продукции в значительной степени определяет конкурентоспособность интегрированного формирования вне зависимости от стадий производства, переработки и реализации продукции.

В процессе анализа и оценки конкурентоспособности продукции необходимо руководствоваться определенными правилами или принципами, одним из которых является оценка с позиции конкретного субъекта рынка – изготовителя, продавца, потребителя, при этом каждый из субъектов оценки преследует разные цели. Изготовителя интересуют, прежде всего, объемы продаж и собственная прибыль, в то время как соответствие продукции требованиям потребителей выступает для него скорее как средство для роста этих показателей. Когда речь идет о потребителе, имеется в виду конечный пользователь продукта, который не обязательно является покупателем. Хотя во многих исследованиях эти термины употребляются как синонимы, между ними существуют отличия, так как на рынке не всегда тот, кто удовлетворяет потребность, и тот, кто принимает решение о покупке, – одно и то же лицо. С этих позиций выделяют две группы покупателей – конечные потребители и предприятия – покупатели.

В отношении продукции кооперативно-интеграционных формирований дифференциация потребителей на конечных и промежуточных явно выражена в процессе движения продукции по технологической цепочке от производства сырья до реализации предприятиями торговли продуктов его переработки. При этом в той части продукции, которая реализуется сельскохозяйственными организациями на рынке, покупателями являются ее конечные потребители, для которых приобретение продукции выступает средством удовлетворения индивидуальных потребностей. Перерабатывающие организации, приобретая продукцию у сельскохозяйственных товаропроизводителей, выступают промежуточными потребителями и стремятся в процессе приобретения продукции удовлетворить не личные потребности, а потребности производства для достижения целей функционирования предприятий.

Исследование, выполненное нами, показало, что конкурентоспособность продукции, как результат потребительского предпочтения, формируется под влиянием объективных и субъективных факторов [4]. Поэтому в рамках механизма повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций нами разработана модель формирования потребительской оценки конкурентоспособности продукции, основанная на взаимодействии объективных и субъективных особенностей восприятия потребителями ее качественных и ценовых характеристик. Эти особенности условно нами определены как объективная и субъективная составляющие соответственно качества и цены.

Поведение потребителя, как правило, осознанно. При совершении покупок индивид выбирает необходимую продукцию среди аналогичных и приобретает ту, которая удовлетворяет его потребность в наибольшей степени. Так как у каждого конкретного человека набор потребностей типичен в смысле наличия всех групп потребностей, но в то же время индивидуальна их структура, то одна и та же продукция не может в принципе быть конкурентоспособной для всех социальных и половозрастных групп населения. Окончательное решение о покупке индивид принимает в результате взаимодействия объективной и субъективной составляющих качества и цены, т. е. на основании индивидуальной интегральной оценки степени соответствия продукции своим желаниям и бюджетным возможностям.

Нами проанализированы особенности покупательского поведения при выборе продукции с учетом рассмотренных закономерностей. В качестве основы была использована модель процесса принятия решения о приобретении товара, разработанная А. П. Дуровичем [2]. С целью более глубокого понимания механизма потребительского выбора нами внесены в модель дополнительные элементы, позволяющие учесть взаимодействие объективных и субъективных составляющих качества и цены и более подробно рассмотреть процесс принятия решения о покупке продукции. В результате получены три модели поведения потребителя (с ориентацией на качество, цену и оптимум качества и цены продукции), элементами которых являются: степень приоритетности факторов качества и цены, уровень доходов потребителя, цель совершения покупки, механизм принятия решения, особенности приобретаемой продукции (см. таблицу).

Основу модели поведения потребителя, ориентированного на качество продукции, составляет приоритет качества. Такой подход к выбору продукции используется наиболее обеспеченными категориями потребителей, имеющими достаточно высокий социальный статус и повышенный уровень притязаний. В этом случае потребитель соотносит свои желания в области качества товара с фактическим качеством, которое он может оценить посредством визуального осмотра и других органолептических способов, анализа прошлого опыта, а также изучения информации о качестве, представленной на маркировке продукции. При

условии субъективного установления соответствия ценовой фактор игнорируется (либо принимается во внимание как следствие более высокого качества), и таким образом принимается решение о покупке данной продукции.

Для другой группы потребителей основным стремлением при приобретении продукции является удовлетворение своих потребностей исходя из ограниченного объема ресурсов. Имея свое собственное представление о качестве продукции и сталкиваясь с проблемой выбора, потребители имеют определенные бюджетные ограничения. При этом, если потребителя устраивает продажная цена, включается механизм соотнесения индивидуальных представлений о качестве с фактическими значениями показателей качества. При установлении соответствия принимается решение о покупке, иначе акт купли-продажи не совершается и потребность остается неудовлетворенной.

#### Элементы и общая характеристика моделей поведения потребителя

Элементы модели	Наименование модели и ее характеристика по элементам		
	Модель поведения потребителя, ориентированного на качество продукции	Модель поведения потребителя, ориентированного на цену продукции	Модель поведения потребителя, ориентированного на оптимум качества и цены продукции
Фактор качества	Является приоритетным при выборе продукции	Учитывается незначительно, преимущественно по показателям безопасности продукции	Учитывается
Фактор цены	Игнорируется, либо учитывается незначительно	Является приоритетным при выборе продукции	Учитывается
Уровень доходов потребителя	Высокий или выше среднего	Низкий или ниже среднего	Средний
Цель совершения покупки	Максимальное удовлетворение потребности	Удовлетворение потребности на минимальном уровне при минимальных затратах	Максимальное удовлетворение потребности при оптимальных затратах
Механизм принятия решения о покупке	Соотнесение фактического качества с индивидуальными представлениями о качестве	Соотнесение цены продукции с бюджетными возможностями	Оценка оптимальности соотношения качества и цены продукции
Особенности приобретаемой продукции	Высококачественные, экологически чистые продукты, полученные с использованием инновационных технологий и соответствующие международным стандартам качества	Безопасные для потребления, относительно дешевые продукты, минимально обеспечивающие жизнедеятельность потребителя	Продукты массового спроса, имеющие средний на рынке уровень качества и цены

Модель поведения потребителя, ориентированного на оптимум качества и цены продукции является интегральным вариантом, характеризующимся относительно равной значимостью ценового и неценового факторов. Особенностью данного подхода является процесс соотнесения цены и качества продукции как по объективным, так и по субъективным составляющим, причем этот процесс является основным при осуществлении выбора. Объектом выбора становится та продукция, показатели качества и цены которой потребителем признаются как оптимальные.

Необходимо подчеркнуть, что разработанные нами модели поведения потребителя отражают особенности выбора продукции на свободном рынке, когда покупателем продукции является ее конечный потребитель. Вместе с тем при приобретении сельскохозяйственной продукции для целей ее дальнейшей переработки, когда фактическим покупателем является предприятие перерабатывающей промышленности, взаимодействие объективных и субъективных элементов нельзя полностью игнорировать, поскольку управленческое решение о приобретении сырья принимается индивидуально либо коллегиально представителями соответствующих служб снабжения предприятий. В целом предложенные модели покупательского поведения целесообразно использовать при разработке эффективных конкурентных стратегий товаропроизводителей, направленных на создание таких качественных и стоимостных характеристик продукции, которые наиболее полно отвечают требованиям потребителей конкретных рыночных сегментов, что в итоге будет способствовать повышению конкурентоспособности субъектов хозяйствования и успешному решению социально-экономических задач управления агропромышленным комплексом.

### **Заключение**

Таким образом, в результате проведенного исследования нами установлены экономическая сущность и структурные элементы механизма повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных организаций на основе интеграции, обоснованы условия его эффективного функционирования, а также выполнено моделирование поведения потребителей в процессе принятия решения о приобретении продукции. Полученные результаты позволяют систематизировать процессы создания, регулирования деятельности и оценки конкурентоспособности интегрированных формирований и их продукции, а также могут служить основанием для дальнейшего развертывания и углубления научных исследований в данном направлении.

### **Литература**

1. Гавриленко, В. Г. Экономика : Большой энциклопед. слов. : в 3 т. / В. Г. Гавриленко, П. Г. Никитенко, Н. И. Ядевич. – Минск : ИООО «Право и экономика», 2002. – Т. 2 : 3–О. – 770 с.
2. Дурович, А. П. Поведение покупателей на рынке: маркетинговый анализ / А. П. Дурович ; Белорус. гос. экон. ун-т. – Минск : БГЭУ, 1996. – 49 с.
3. Ожегов, С. И. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / С. И. Ожегов, Н. Ю. Шведова. – 4-е изд. – М. : Азбуковник, 1997. – 944 с.
4. Пархоменко, Н. В. Анализ механизма формирования конкурентоспособности товара / Н. В. Пархоменко // Управление экономическим потенциалом региона в условиях международной интеграции : материалы междунар. науч.-практ. конф.



- для аспирантов и молодых ученых, Гомель, 17–18 нояб. 2004 г. / Гомел. гос. ун-т им. Ф. Скорины ; редкол. Д. Г. Лин [и др.]. – Гомель, 2004. – С. 175–176.
5. Пархоменко, Н. Оценка конкурентоспособности интегрированных агропромышленных формирований / Н. Пархоменко // Аграр. экономика. – 2006. – № 5. – С. 19–23.
6. Пархоменко, Н. В. Социально-экономические аспекты создания интегрированных формирований в аграрном секторе экономики / Н. В. Пархоменко, Е. А. Кожевников // Менталитет славян и интеграционные процессы: история, современность, перспективы : материалы V Междунар. науч. конф., Гомель, 24–25 мая 2007 г. / Гомел. гос. техн. ун-т им. П. О. Сухого ; редкол.: В. В. Кириенко [и др.]. – Гомель, 2007. – С. 53–55.
7. Пархоменко, Н. Фактори конкурентоспроможності й конкурентні переваги кооперативно-інтеграційних формувань / Н. Пархоменко // Сіверянський літопис. – 2007. – № 2. – С. 132–140.
8. Саркисов, С. Э. Менеджмент : слов.-справ. / С. Э. Саркисов. – М. : Анкил, 2005. – 808 с.

*Получено 14.01.2011 г.*